

6. Перерва П. Г. Анализ финансового состояния предприятия / П. Г. Перерва, О. Н. Савенкова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2002. – № 11-2. – С. 118-121.
7. Перерва П.Г. Исследование рынка промышленной продукции / П.Г.Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.
8. Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / Под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Вороновского Г.К., проф. Меховича С.А., проф. Погорелова Н.И. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.
9. Перерва П.Г. Маркетинг на промышленном предприятии.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
10. Перерва П.Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства / П.Г.Перерва, Н.М.Побережна // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - №2. - С. 191-198. Косенко А.П. Экономическая оценка инновационного потенциала / А.П.Косенко, Д.Коциски, О.И.Маслак, П.Г.Перерва, Д.Сакай.- Монография / Под ред. проф. Перервы П.Г. и проф. Д.Коциски – Харьков-Мишкольц : НТУ „ХПИ”, Мишкольц.техн.ун-т, 2009. – 170 с.
11. Перерва П.Г. Анализ финансового состояния предприятия / П.Г.Перерва, О.Н.Савенкова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2002. – № 11-2. – С. 118-121.
12. Перерва П.Г. Управление ассортиментом продукции / П.Г.Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
13. Косенко О. П. Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій [Монографія] / О.П. Косенко. - Х.: «Смугаста типографія», 2015.- 517 с.
14. Перерва П.Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 93 с.

**УДК 316.624**

**Коциски Д.,**  
д.э.н., профессор  
**Верес Шомоши М.,**  
д.э.н., профессор экономического факультета  
Мишкольцский университет,  
Венгрия  
**Перерва П.Г.,**  
д.э.н., профессор, декан экономического факультета  
Национальный технический университет «ХПИ»,  
Харьков

### **Антимонопольный комплаенс на промышленном предприятии**

Комплаенс давно стал неотъемлемой частью деловой среды: честное ведение бизнеса не только повышает инвестиционную привлекательность компании, но и защищает от возможного репутационного ущерба и санкций со стороны надзорных органов. Регуляторные риски особенно велики при несоответствии

антикоррупционному законодательству и нормам по противодействию легализации доходов (противодействию отмыванию денег и финансированию терроризма), а также при нарушении санкционных режимов. Комплаенс для любой организации должен обеспечивать соответствие всех существующих в организации бизнес-процессов всем внутренним политикам и процедурам, которые разрабатываются с учетом местного, украинского законодательства и ведущих международных практик.

Соблюдение требований законодательства стало особенно важным в сфере антимонопольного права, где наблюдается беспрецедентное распространение нормативно-правового регулирования по всему миру. Действующее антимонопольное законодательство постоянно развивается, и принимаются новые законы. Санкции за нарушение антимонопольных требований зачастую весьма значительны, а ущерб деловой репутации в случае неблагоприятных результатов антимонопольной проверки огромен.

В настоящее время вопрос антимонопольного комплаенса связан с особыми рисками, поскольку на данный момент антимонопольными органами на международной арене не выработан единый подход к тому, как лучше всего поддерживать (или даже поощрять) бизнес, действительно стремящийся к соблюдению антимонопольных требований. Более того, хотя многие компании уже приняли программы антимонопольного комплаенса для собственной защиты (и защиты своих акционеров) за счет сужения сферы нарушений в будущем посредством проведения обучения и выявления потенциальных нарушений на ранних этапах, существует острая в разработке практических рекомендаций, методик и советов для содействия промышленным предприятиям в выстраивании и совершенствовании надежных программ антимонопольного комплаенса с учетом рисков и ресурсов, имеющих у каждой конкретной компании.

Самым сильным мотивом для соблюдения антимонопольного законодательства является желание осуществлять деятельность в соответствии с этическими принципами и признание этих усилий. Несмотря на то, что наказание за нарушение законодательных требований может быть значительным, серьезный вред репутации компании причиняет неблагоприятный общественный резонанс, вызванный констатацией факта нарушения ею требований закона. Таким образом, целью любой программы антимонопольного комплаенса является (в конечном итоге) снижение риска совершения любого нарушения антимонопольных требований. Тем не менее, поскольку страх нарушения закона (особенно в тех случаях, когда есть угроза персональной уголовной ответственности) может сковывать работников и иногда ведет к непреднамеренному сдерживанию совершенно законной конкуренции. Выверенная программа позволяет работникам уверенно действовать в рамках закона.

#### Литература

1. Практическое пособие ICC по антимонопольному комплаенсу [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://fas.gov.ru/documents/documentdetails.html?id=1885>
2. Перерва П.Г. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева,

В.Л.Товажнянський // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.

3. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.

4. Перерва П.Г. Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» : зб. наук. праць. Сер. : Проблеми економіки та управління. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 815. – С. 118-125.

5. Перерва П.Г. Моделювання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.

6. Науково-методичні підходи до вирішення проблем практичної реалізації механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності / П.Г.Перерва, І.В.Гладенко, А.В.Косенко, М.М.Ткачов // Вестник Нац. техн. ун-та «ХПІ» : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ «ХПИ», 2008. – № 18. – С. 105-110.

7. Ткачов М. М. Ринок контрафактної продукції в системі неформальної економіки / М. М. Ткачов // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2013. – № 22 (995). – С. 89-95.

8. Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / Под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Вороновского Г.К., проф. Меховича С.А., проф. Погорелова Н.И. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.

9. Перерва П.Г. Маркетинг на промышленном предприятии.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.

10. Косенко А.П. Экономическая оценка инновационного потенциала / А.П.Косенко, Д.Коциски, О.И.Маслак, П.Г.Перерва, Д.Сакай.- Монография / Под ред. проф. Перервы П.Г. и проф. Д.Коциски – Харьков-Мишкольц : НТУ „ХПИ”, Мишкольц.техн.ун-т, 2009. – 170 с.

11. Перерва П.Г. Управление ассортиментом продукции / П.Г.Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.

12. Косенко О. П. Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій [Монографія] / О.П. Косенко. - Х.: «Смугаста типографія», 2015.- 517 с.

13. Перерва П.Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 93 с.

14. Перерва П.Г. Исследование рынка промышленной продукции / П.Г.Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.

15. Перерва, П.Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства / П.Г.Перерва, Н.М.Побережна // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - №2. - С. 191-198.